

# Observatorio

de Innovación Alimenticia  
Mundial 2012



# Observatorio de Innovación Alimenticia Mundial

---

2012

**El Modelo Empresarial de Gestión Agroindustrial de la Cámara de Comercio de Bogotá contrata a XTC para la realización del estudio**

*El Observatorio de la Innovación Alimenticia Mundial es un espacio que propone una lectura analítica y una nueva reflexión sobre la innovación alimenticia en el mundo. Basándose en la metodología del árbol de tendencias de XTC World Innovation, consultora europea líder en análisis de la innovación mundial, y por medio de un análisis cuantitativo y cualitativo, el Panorama Mundial de la Innovación™ 2012 permite comprender las claves de la innovación 2011 y constituye una herramienta indispensable para todos los que participan en la investigación, concepción, desarrollo o lanzamiento de nuevos productos.*

## Contenido

<b>1. Antecedentes .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Objetivo General .....</b>	<b>3</b>
<b>3. Objetivos específicos .....</b>	<b>3</b>
<b>4. Metodología del Observatorio .....</b>	<b>4</b>
<b>5. Árbol de tendencias.....</b>	<b>4</b>
Placer .....	5
Salud.....	6
Forma.....	6
Practicidad .....	6
Ética .....	6
<b>6. Ejes de la innovación mundial .....</b>	<b>7</b>
<b>7. Tendencias de la innovación mundial.....</b>	<b>8</b>
<b>8. Tendencias de la innovación por zona.....</b>	<b>8</b>
América Latina .....	9
Canadá .....	9
Estados Unidos .....	10
Europa .....	10
Asia .....	11
<b>9. Tendencias de la innovación mundial por categoría .....</b>	<b>12</b>
Bebidas sin alcohol .....	12
Bebidas alcohólicas.....	12
Comidas listas.....	13
Condimentos y salsas .....	14
Carnes, embutidos, aves.....	14
Snack (aperitivo) .....	15
Confitería .....	15
Productos congelados.....	16
Lácteos .....	17
Quesos.....	17

Helados.....	18
Galletas.....	18
Chocolates .....	19
Postres.....	20
Cereales.....	20
<b>10. Tendencias de la innovación en Colombia.....</b>	<b>22</b>
<b>11. Muestra productos innovadores Colombia.....</b>	<b>22</b>
<b>12. Muestra productos innovadores mundiales por zona geográfica .....</b>	<b>29</b>
<b>13. Conclusiones y oportunidades .....</b>	<b>38</b>



## **1. Antecedentes**

Siendo el MEGA la estrategia de desarrollo económico de la Cámara de Comercio de Bogotá para apoyar al sector agrícola y agroindustrial, se hace necesaria la realización de un diagnóstico de la oferta alimenticia en términos de los conceptos de innovación para entender como la industria responde a las expectativas del consumidor.

Con el ánimo de darles herramientas de análisis a los empresarios del sector agroalimenticio, el MEGA presentó durante la Feria Alimentec 2012, los resultados del Observatorio 2011 para Colombia y el mundo.

Este tipo de espacio se desarrolla en las ferias más importantes de alimentos a nivel mundial, tales como: Alimentaria, SIAL Francia, SIAL Montreal; y se constituye en un referente a nivel mundial en términos de los productos más innovadores del sector alimenticio.

El montaje de estos espacios y su respectivo análisis son realizados por la empresa XTC World Innovation, líder a nivel mundial en la identificación de las innovaciones en productos alimenticios de gran consumo en el mundo entero. Para esto, esta empresa creada en Francia hace 20 años, dispone de una red de corresponsales exclusivos en América Latina, Europa y América del Norte.

## **2. Objetivo General**

El **Observatorio de la Innovación Alimenticia Mundial** tiene como objetivo convertirse en un instrumento de análisis de la innovación para los empresarios de Bogotá y la región, lo que permitirá generar herramientas para fortalecer y contribuir a la cultura de la innovación en alimentos.

## **3. Objetivos específicos**

- Conocer las tendencias a nivel local, con el objetivo de realizar el benchmarking con las tendencias a nivel mundial
- Consolidar los principales conceptos innovadores de la industria alimenticia y mostrar la evolución de las tendencias mundiales en un único espacio
- Ofrecer un espacio de comprensión de la innovación alimenticia mundial con información técnica detallada y de manera organizada

## **4. Metodología del Observatorio**

Para la ejecución de este estudio se realizaron varias actividades:

### **Levantamiento Foco Colombia**

El levantamiento de la información en Colombia contempló la realización de un levantamiento del mercado a través de la visita a los siguientes canales de comercialización (*Store-check*): Supermercados, minimercados, superetes y tienda de barrio. Durante el desarrollo de esta etapa se levantaron 130 productos.

El levantamiento contempló la preparación de envases, la toma fotográfica, la descripción de la información y el envío de las muestras a Francia para su respectivo análisis.

Una vez en Francia, las muestras fueron objeto de análisis e interpretación de las tendencias de innovación de cada producto, fueron incorporadas al banco de datos, elaboradas las gráficas cuantitativas para obtener peso de las tendencias en Colombia y seleccionadas las muestras de los mejores conceptos innovadores para el Observatorio de la Innovación Alimenticia Mundial.

### **Información de conceptos innovadores mundiales**

El Observatorio ilustró al visitante con una selección de 60 conceptos innovadores en productos alimenticios de la industria mundial, organizados según cinco zonas geográficas: América Latina, Estados Unidos, Canadá, Asia, Europa.

Adicionalmente para mostrar los resultados de Colombia el Observatorio contaba con una vitrina de 36 productos como muestra del análisis del país.

Por último, el Observatorio mostró el peso de cada tendencia en las 15 categorías más innovadoras a nivel mundial.

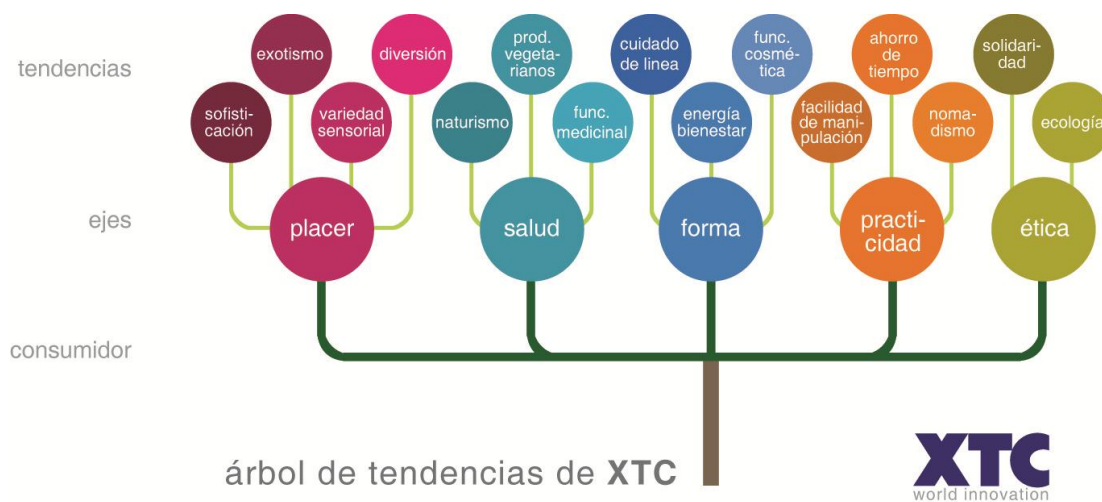
Lo que se presenta en este informe es una muestra de los resultados con 2 fichas de productos por zona y dos fichas de productos por eje de innovación para Colombia.

### **Resultados**

El análisis de la información arroja los siguientes resultados en los términos:

- Árbol de tendencias
- Ejes de la innovación mundial
- Tendencias de la innovación mundial
- Tendencias de la innovación por zona
- Tendencias de la innovación mundial por categoría
- Tendencias de la innovación en Colombia
- Muestra productos innovadores Colombia
- Muestra productos innovadores mundiales por zona geográfica

## **5. Árbol de tendencias**



El árbol de tendencias representa una clasificación de las tendencias en innovación que responden a una organización lógica y didáctica de los alimentos.

Este árbol responde a una organización de la innovación en función de las expectativas de los consumidores. El consumidor espera un beneficio concreto de cada producto que adquiere. Este árbol clasifica estas expectativas o esperanzas en: **placer, salud, forma, practicidad y ética**, que se representan en forma de “ejes”.

Para cada eje, la industria alimenticia responde con una serie de promesas pertinentes a cada tipo de expectativa. Estas promesas, como son cuidado de la línea, ecología, y sofisticación, son las que en el árbol se denominan “tendencias”.

A continuación se describen los diferentes ejes y las tendencias asociadas a cada uno de ellos.

## Placer

*Lo que provoca el deseo, a menudo cargado de valores emocionales.*

1. **Sofisticación:** Productos con fuerte valor agregado en todos los niveles: receta sofisticada, utilización de ingredientes novedosos, nobles o seleccionados, procedimientos de fabricación que necesitan una gran experiencia, envase y diseño que reflejan la excepción del producto.
2. **Exotismo:** Productos que ofrecen una receta de un país extranjero o la inclusión de ingredientes o de frutas exóticas.
3. **Variedad sensorial:** Productos diferentes cuyo valor agregado proviene de un gusto, forma, color o textura nueva, con fuerte valor evocador, que toca el imaginario del consumidor (productos de estación, productos de temporada).

4. **Diversión:** Productos sorprendentes, divertidos, lúdicos o interactivos.

## Salud

*Las acciones benéficas sobre la salud y la prevención de riesgos.*

1. **Naturismo:** Productos cuya composición natural es evocada, valorizada o evidenciada, con el fin de tranquilizar en cuanto a la inocuidad en materia de salud.
2. **Función medicinal:** Productos que prometen un beneficio de salud manifiesto mediante ingredientes agregados o naturalmente presentes o ausentes en la composición.
3. **Productos vegetarianos:** Productos cuyos ingredientes vegetales son la justificación de una promesa de salud claramente anunciada.

## Forma

*El cuidado de la apariencia, el físico o la mente.*

1. **Cuidado de la línea:** Productos que destacan el bajo contenido de ingredientes responsables del aumento de peso, o que contribuyen a la pérdida del mismo.
2. **Energía - Bienestar:** Productos cuyos ingredientes estimulan el organismo o favorecen la sensación de relajación y de bienestar.
3. **Función cosmética:** Productos que presentan una promesa clara de mejora en la apariencia física (en este caso se tratará exclusivamente de productos alimenticios).

## Practicidad

*La eficiencia en la utilización y adaptación a los nuevos modos de vida.*

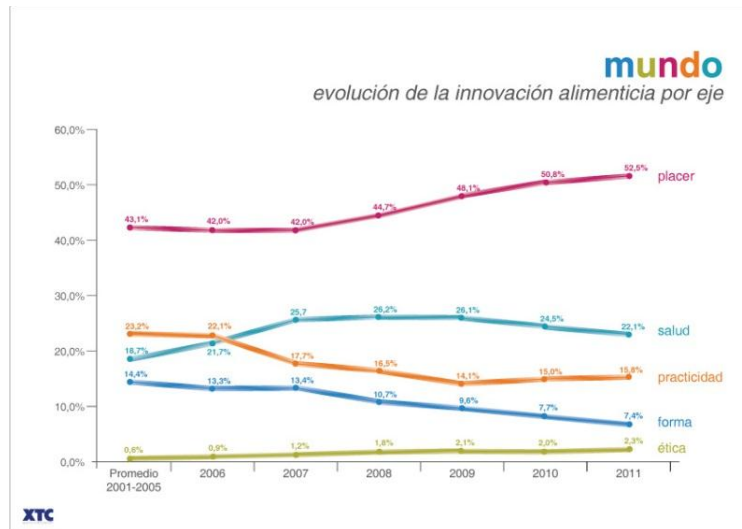
1. **Facilidad de manipulación:** Productos cuya concepción o envase aportan un beneficio en términos de facilidad de manipulación.
2. **Ahorro de tiempo:** Productos que tienen una ventaja en términos de ahorro de tiempo de preparación o de cocción.
3. **Nomadismo:** Productos concebidos y preparados para ser consumidos fácilmente en todo lugar y en todo momento.

## Ética

*La solidaridad, el cuidado hacia los otros, hacia el entorno.*

1. **Solidaridad:** Productos que garantizan no atentar contra las libertades fundamentales o que apoyan poblaciones hoy desfavorecidas. Productos que apoyan las grandes causas.
2. **Ecología:** Productos que anuncian una promesa de respeto por la naturaleza, los animales y el medio ambiente en general.

## 6. Ejes de la innovación mundial



Este estudio permite evaluar la evolución de la innovación, tomando como punto de partida el promedio entre 2000 – 2004 y avanzando anualmente hasta el año 2011, utilizando siempre los mismos criterios de selección y análisis de los productos innovadores.

En los últimos años se ve un cambio radical en el consumo de alimentos. Durante la década de los 90, la industria apostaba fuertemente a la practicidad de los productos, con nuevos tipos de empaques, utilización del microondas para ganar tiempo, sistemas de apertura fácil. En la actualidad, el consumidor espera además, que estos alimentos sean sobre todo más placenteros y saludables.

Se podría resumir que, en términos generales, el consumidor moderno busca principalmente placer y salud (en términos de seguridad alimenticia) para la elección diaria de sus compras alimenticias, aunque con lógicas diferencias entre zonas geográficas (en Europa y Asia lo que el consumidor principalmente busca con mucha diferencia versus los demás ejes es placer, mientras que en las Américas placer y salud se encuentran más niveladas).

Y a su vez, cada categoría de producto juega al juego de la innovación con sus propias cualidades intrínsecas. Una categoría como “golosinas” seguramente apostará más

fuertemente a atributos como la “diversión” y como la variedad de sabores a diferencia de “Cereales” que priorizará el discurso saludable.

Analizando los ejes por separado se ve por ejemplo como el eje placer sigue en alza en todas las regiones del mundo y alcanza un nivel de 52.5%, el más alto de todos los ejes. Es decir, mantiene su estatus como prioritario en casi todas las regiones del mundo.

En cuanto al eje salud, se presenta una disminución ya que la industria se enfoca en lanzar menos productos pero con beneficios reales. El eje practicidad, es un eje de innovación mayor para algunos productos pero secundario para la mayoría.

## **7. Tendencias de la innovación mundial**



En cuanto a la pertinencia de cada una de las tendencias se confirma efectivamente el liderazgo del eje placer. Este aumenta especialmente con la tendencia variedad sensorial que juega con la diversidad de gustos, texturas, aromas y colores.

La sofisticación se incrementa ligeramente, generando productos con un alto valor agregado. La crisis económica no se percibe como un freno sino como una oportunidad para desarrollar nuevos productos; gamas de descuento y oferta Premium con precios asequibles.

En cuanto al eje salud, se presenta un decrecimiento, debido a que el consumidor espera productos con un beneficio real.

## **8. Tendencias de la innovación por zona**

## América Latina



En América Latina, el Placer y la Salud son los dos pilares de la oferta innovadora. El Placer se traduce por productos orientados a la Variedad Sensorial (Panettone, salado-dulce) y la oferta Salud responde a problemáticas variadas y dirigida a un target de mercado específico (Vitaminas, Omegas, Calcio, DHA...). Se destaca en este mercado la importancia de físico, que se traduce en una oferta innovadora en Cuidado de la línea.

## Canadá



En Canadá, la innovación es basada sobre dos tendencias fuertes: Variedad Sensorial y Función Medicinal. La oferta placentera juega sobre los sabores y los sentidos: mezcla de dulce y salado, inclusiones de pop corn en helados y lácteos, inspiración en postres o dulces. La oferta saludable pone adelante el consumo de verduras y frutas, y propone soluciones para las intolerancias.



## Estados Unidos



Estados Unidos es el país más enfocado al Snacking y a los platillos preparados y esto se ve reflejado en la oferta innovadora que propone un snacking saludable y sorprendente. Los productos juegan sobre los sabores (maple, bbq, cheesecake...), las presentaciones, la mención del origen y la sencillez del producto. La oferta saludable responde a necesidades para todos los momentos de consumo y todos los targets.

## Europa



El Placer predomina en la oferta innovadora en Europa, con soluciones para momentos para compartir, aperitivos, Se observa un juego sobre los sabores (goji, jengibre, sabor coctel...) y sobre las texturas (contrastes, crujiente, nuevas inclusiones...). La oferta sofisticada es muy audaz con la mención del origen de los ingredientes, y las recetas inspiradas en restaurantes.

El consumidor es consciente de su responsabilidad hacia su Salud y espera productos con beneficios transparentes que responden a problemáticas variadas.

La oferta práctica pasa por soluciones diversas como el formato “mini” y los Kits para cocinar en casa.

## Asia



En Asia, la oferta innovadora del eje placer juega con mezclas de sabores (té verde, algas, aloe vera, frutos rojos), presentaciones lúdicas ( con colores llamativos), y productos exóticos (especialidades europeas). La oferta saludable es muy completa con productos “todo en uno” que presentan varios beneficios: salud ósea, digestión, salud arterial, entre otros.

## 9. Tendencias de la innovación mundial por categoría

### Bebidas sin alcohol



La Variedad Sensorial mueve a esta categoría con propuestas innovadoras en las texturas (bebidas espumosas) y en los sabores (té, aloe vera, frutas exóticas, sandía, bombón, jengibre).

Las bebidas energizantes son un segmento en desarrollo.

La oferta saludable de esta categoría se divide en 2 grandes posicionamientos: las bebidas naturales (orgánicas, stevia, smoothie), y las bebidas funcionales (con fibras o frutas como ciruelas para la digestión y/o antioxidantes, entre otros).

### Bebidas Alcohólicas



La tendencia sofisticación, la más importante en esta categoría, se traduce por innovaciones en los envases (botella en una elegante caja de madera) y en los procesos de fabricación (destillado 10 veces, 100% orgánico, mezcal 100% agave, etc.).

Se observa la introducción de ingredientes sorprendentes en esta categoría: asociación de frutas con alcohol, cerveza con té frío, vino con un toque de chocolate y moras.

## Comidas listas



La oferta Placentera lidera la categoría y rebasa la oferta saludable y práctica. Esto se traduce por: recetas inspiradas en restaurantes, ingredientes seleccionados, mención del origen del producto, recetas exóticas.

Son soluciones para todos los momentos de consumo: para compartir, para comer solo, para nomadismo y para todos los momentos de la comida.

Las soluciones prácticas son divertidas (*Kits...*) y saludables (cocción al vapor).

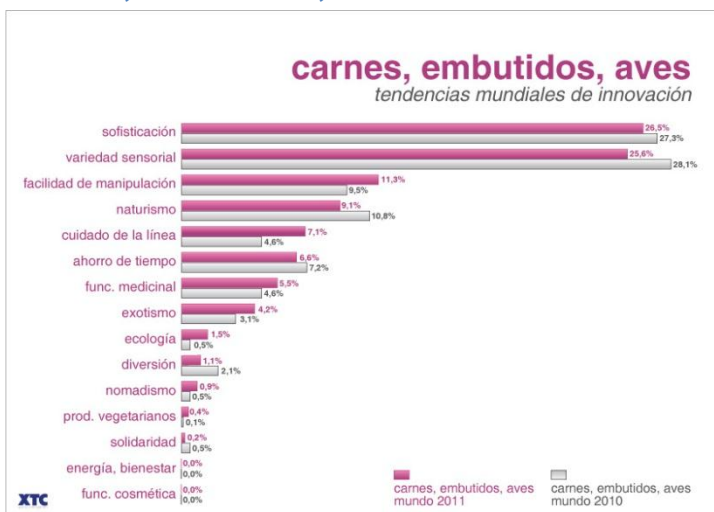
## Condimentos y salsas



La oferta innovadora de esta categoría está enfocada en sorprender los sentidos de los consumidores con sabores inusuales en condimentos y salsas : agridulce, mezcla de ketchup con mostaza,

Ser observa un boom en productos sofisticados: extra virgen, ingredientes seleccionados, nuevas presentaciones (gelatina de romero para carnes).

## Carnes, embutidos, aves



Las propuestas placenteras lideran la innovación en esta categoría con productos sofisticados (carne marinada en ingredientes seleccionados, trabajo sobre sabores interesantes como el vino, tipo de preparación elaborada) y productos que se inscriben en la tendencia de “Variedad Sensorial” (el mini burger, rellenos variados...).

Aparecen también soluciones para momentos para compartir, para el aperitivo, y propuestas prácticas para consumir solo o acompañado.

## Snack (aperitivo)



Los Productos aperitivos o Snacks representan una innovación audaz con mezclas de sabores sutiles y extremas (carne asada, el toque de miel, el extremo picante).

También observamos nuevas combinaciones de dulce y salado, con el uso del chocolate o caramelo en una botana salada o el juego sobre las frutas en una botana salada.

La oferta innovadora en botana natural pone en evidencia los ingredientes naturales y orgánicos.

## Confitería



La oferta innovadora en confitería creció fuertemente en la tendencia diversión: productos en empaques divertidos con materiales y presentaciones que permiten re-usar el empaque (cajas de dulces en forma de esferas de navidad, cajitas de metal etc.)

Aunque las innovaciones en variedad sensorial son las que siguen liderando la categoría, a través de ingredientes sofisticados (relleno de trufa, bombón de menta) o presentaciones originales (*pop corn* de chocolate).

## Productos congelados



La oferta innovadora de Productos Congelados es bastante variada entre propuestas placenteras, prácticas y saludables.

Se observan soluciones placenteras y prácticas de snacking, para compartir, los kits, los minis, pre-cortados, pre-cocidos.

Los productos congelados placenteros se basan sobre varios aspectos: mención del origen, receta avalada por un chef, ingredientes seleccionados y presentaciones sofisticadas.

También hay espacio para soluciones naturales dentro de esta categoría con productos 100% naturales, cocción al vapor.



## Lácteos



La oferta placentera de la categoría de Lácteos se basa en productos golosos (cremoso, triple capa...) y con mezclas de sabores sorprendentes: frutas verdaderas, flores, té, sandía, jengibre, miel.

Los productos lácteos se inspiran en la pastelería y en postres famosos (sabor tiramisú, crème brûlée, crumble, milhojas).

La oferta innovadora saludable se traduce por productos “enriquecidos en” (probióticos, prebióticos, omega 3, calcio) y dirigidos a un target (mujeres embarazadas, deportista, para la mañana, la noche).

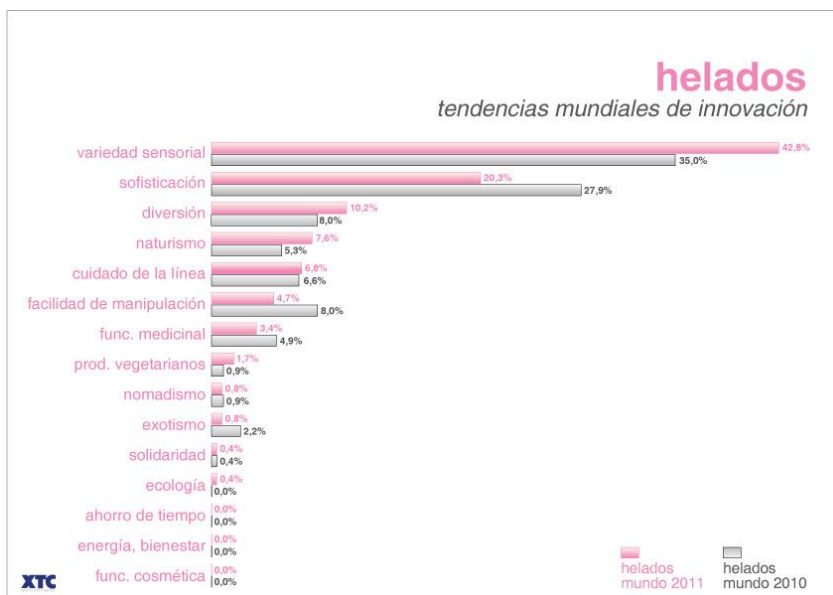
## Quesos



La oferta innovadora de la categoría de quesos se mueve por la tendencia Variedad Sensorial, con inclusiones golosas (carnes frías, verduras, semillas, pesto...). También vemos aparecer nuevas formas de consumir el producto (al horno, en dip, para compartir....) y la importancia de la mención del origen del producto.

Se identifican productos prácticos dentro de esta categoría, con las rebanadas (de todos los tamaños), los cubos, los doy-packs, las cajas para el refrigerador y otras soluciones de Facilidad de Manipulación.

## Helados



El placer predomina en la oferta innovadora de helados con soluciones que se inspiran de otras categorías: pastelería por los sabores, snacks por las presentaciones en barra, en forma de taco etc.

La sofisticación sigue siendo la segunda tendencia más innovadora en esta categoría sin embargo, está decreciendo. Este año los impulsores son variedad sensorial y diversión.

## Galletas

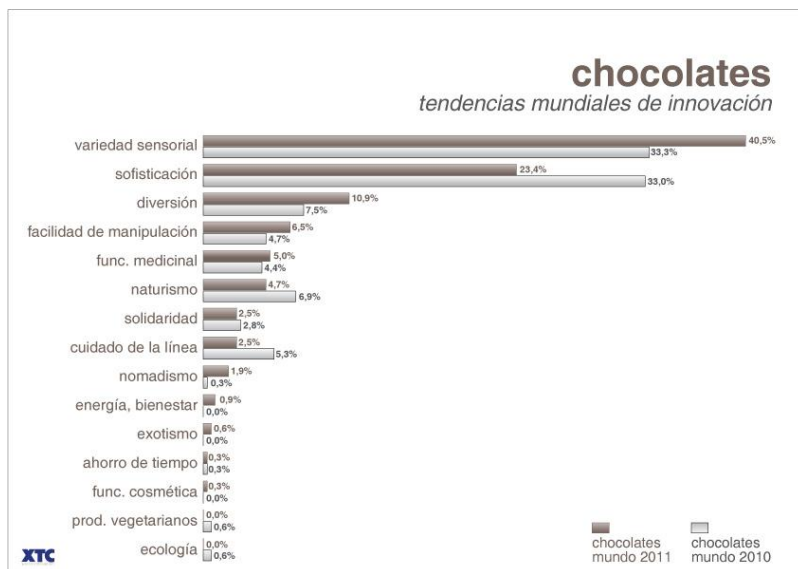


La variedad sensorial sigue liderando el mercado de Galletas con productos audaces y muy golosos: sabor coctel, inclusión de frutas “enteras” y “reales”, inspiración en otras categorías.

La oferta innovadora de esta categoría es sofisticada con presentaciones y formas de consumir sorprendentes (galletas a calentar en microondas).

Las Galletas además de ser golosas, proponen soluciones para intolerancias y problemáticas específicas (Calcio, DHA...).

## Chocolates



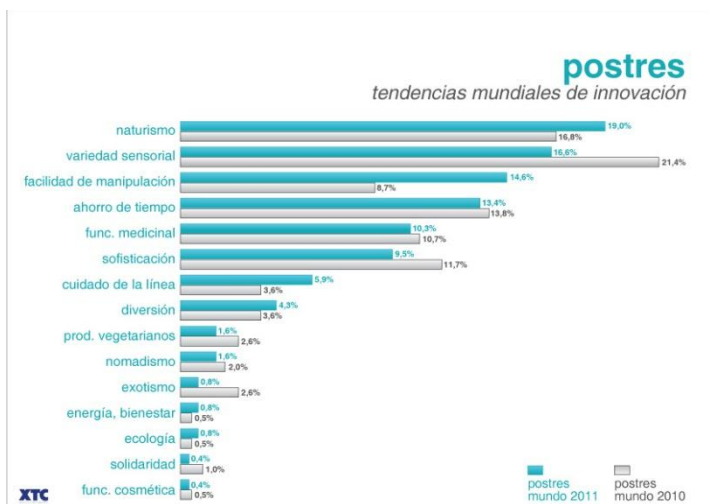
La oferta innovadora de Chocolates se inspira de recetas de pastelería o de bebidas exóticas. La Variedad Sensorial y la Sofisticación juega sobre los sabores extremos y sutiles al mismo tiempo (picante, miel, trufa, frutas, flores, licores, papas saladas, popcorn, jengibre).

La Sofisticación del producto pasa por mucho en la presentación sobre todo en el segmento de cajas de chocolates para regalar.

También la mención del origen del chocolate es muy importante en esta categoría.

Se desarrollan propuestas golosas prácticas para compartir entre amigos (Fondue de chocolate, *dip* de chocolate...).

## Postres

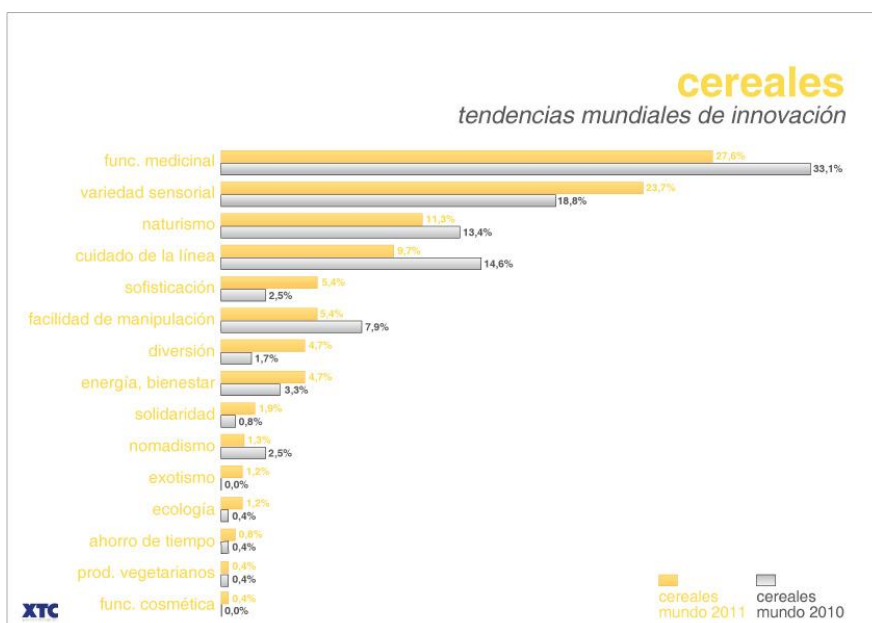


El Naturismo es la tendencia más dinámica en esta categoría, con productos 100% naturales, orgánicos, postres a base de frutas.

La oferta placentera es sorprendente y divertida: sabores chicles, con pedazos de frutas reales, sabor *speculos*. Es una oferta golosa.

Se desarrollan los kits para preparación de postres y proponen soluciones divertidas para preparar postres en su casa: cupcakes, postre que se hornea al microondas...

## Cereales

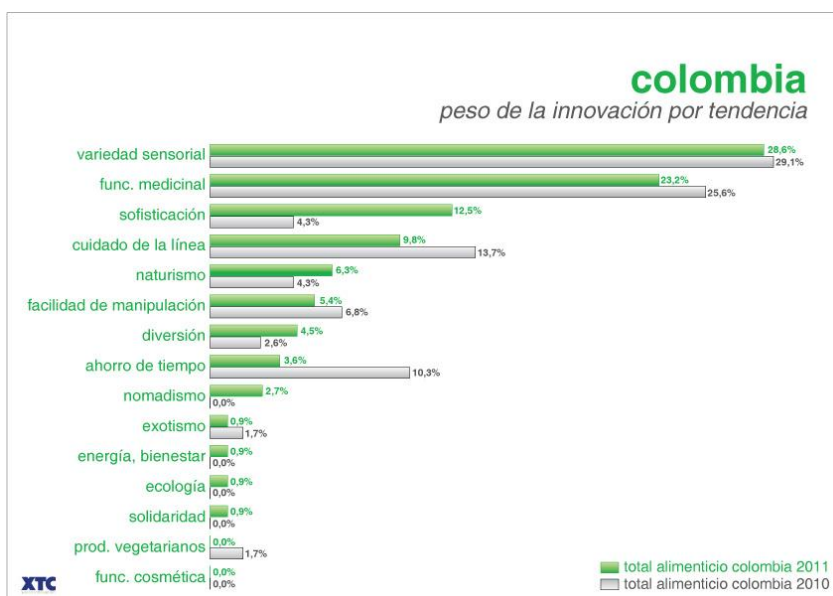


Se destacan propuestas innovadoras que tienen un aporte medicinal, en específico, productos que son fuente de calcio, fibra, omega 3 y vitaminas para un público cada vez

más segmentado: mujeres después de los 45 años, niños y adultos con necesidades específicas.

Además, se nota un fuerte crecimiento de la oferta de productos que sorprenden los sentidos del consumidor gracias a combinaciones de texturas (leche con fruta en barras de cereal o cereal relleno de chocolate líquido) y de ingredientes (con yerba mate).

## 10. Tendencias de la innovación en Colombia



Colombia se caracteriza por su oferta dividida en dos pilares fuertes: Variedad Sensorial y Función Medicinal. Proponer productos atrevidos que juegan sobre los sabores y texturas, sorprendiendo a los consumidores. La oferta innovadora saludable es fuerte en este país, con soluciones a problemáticas muy específicas (salud ósea, desarrollo mental de los niños, salud del corazón, antioxidantes...) y para un consumidor más exigente.

## 11. Muestra productos innovadores Colombia

### Doritos apretaditos



**Carácter innovador:** Rollitos de maíz sabor a Limón taquero.

**Eje(s) / Tendencia(s) XTC**

Placer: Variedad Sensorial

*Market Insight*

**Distribuidor:** Pepsico Alimentos

**País:** Colombia

**Descripción del producto:** Pasabocas de maíz en forma de rollitos con sabor a Limón taquero. También sabor BBQ Intenso.

**Categoría:** Abarrotes / Productos aperitivos / Papas saladas

**Sabor:** Limón taquero y BBQ

**Precio:** 900 COP

### *Technic Insight*

**Fecha de observación:** 04/2012

**Ingredientes:** Maíz, aceite vegetal, saborizante artificial de taquero, sal, ácido cítrico, azúcar, saborizantes naturales y artificiales, cebolla, extracto de levadura, proteína vegetal hidrolizada de soya, ácido málico, ácido guanilato de sodio, colorantes artificiales, extracto de chile y no más del 2% de silicato de calcio.

**Valores nutricionales (base porción):** Calorías (260), Grasa Total (13g), Grasa saturada (6g), Grasa monoinsaturada (6g), Grasa poliinsaturada (1.5g), Grasa Trans (0g), Colesterol (0mg), Sodio (200mg), Carbohidratos Totales (32g), Fibra Dietaria (3g), Azúcares (<1g), Proteína (3g), Calcio (4%), Hierro (2%).

**Envase:** Bolsa de plástico. **Peso total:** 50g.

### **Café Sello Rojo**



**Carácter innovador:** Café sabor canela.

**Eje(s) / Tendencia(s) XTC**

Placer: Variedad sensorial

[MARKET Insight](#)

**Fabricante:** COLCAFE

**País:** Colombia

**Descripción del producto:** Café molido y tostado, con un toque de sabor Canela. También Sabor a Mocca.

**Categoría:** Abarrotes / Café / Café molido

**Sabor:** Mocca y canela.

**Precio:** 2,940 COP

[TECHNIC Insight](#)

**Fecha de observación:** 04/2012

**Ingredientes:** Café tostado y molido, cocoa en polvo y sabor artificial a chocolate.

**Envase:** Bolsa de plástico. **Peso total:** 125 g.

### **Refisal Fortificada**



**Carácter innovador:** Sal fortificado con hierro y ácido fólico.

**Eje(s) / Tendencia(s) XTC**

Salud: Func. Medicinal

[MARKET Insight](#)

**Fabricante:** Brinsa

**País:** Colombia

**Descripción del producto:** Sal fortificado con hierro y ácido fólico (vitamina B9).



**Categoría:** Abarrotes / Sal, pimienta y especias / Sal

**Precio:** 2,207 COP

**TECHNIC Insight**

**Fecha de observación:** 04/2012

**Ingredientes:** Cloruro de Sodio fortificado con: Hierro (1.8mg/ración), ácido fólico o Vitamina B9, Fluoruro de Potasio, Ydruo/ Yodato de Potasio y Anticompactante.

**Valores nutricionales (base: porción):** Calorías (0), Grasa Total (0g), Sodio (590mg), Carbohidratos Totales (0g), Azúcares (0g), Proteína (0g), Hierro (10%), Vitamina B9 (15%).

**Envase:** Caja de cartón. Peso total: 500 g.

### Tostaditos Crakeñas



**XTC Insight**

**Carácter innovador:** Galleta con semillas de Amapola horneados.

**Eje(s) / Tendencia(s) XTC**

Salud: Func. Medicinal

**MARKET Insight**

**Fabricante:** COLOMBINA

**País:** Colombia

**Descripción del producto:** Galleta salada con semillas de Amapola, libres de grasas trans y horneadas. Sin colorantes artificiales.

**Categoría:** Abarrotes / Productos aperitivos / Galletas saladas

**Precio:** 2,550 COP

**Technic Insight**

**Fecha de observación:** 04/2012

**Ingredientes:** Harina de trigo fortificada, grasa vegetal de palma, oleína de palma, semillas de Papaveracea, extracto de malta, sal azúcar invertido, levadura, leudante, azúcar, agua.

**Valores nutricionales:**

Base Porción: Calorías (140), Grasa Total (4g), Grasa saturada (2g), Grasa Trans (0g), Colesterol (0mg), Sodio (150mg), Carbohidratos Totales (22g), Fibra Dietaria (1g), Azúcares (0g), Proteína (3g).

**Envase:** Caja de cartón. Peso total: 200g.

### Café Anei Orgánico



**Carácter innovador:** Café de la sierra nevada de Santa María orgánico. Programa que beneficia a la comunidad indígena Arhuaco. Doypack.

**Eje(s) / Tendencia(s) XTC**

Ética: Solidaridad

Salud: Naturismo

**MARKET Insight**

**Fabricante:** ANEI

**País:** Colombia

**Descripción del producto:** Café de la sierra nevada de Santa María orgánico. Programa de beneficio social para la

comunidad indígena Arhuaco. Certificado Fairtrade. Doypack.

**Categoría:** Abarrotes / Cafés / Café molido

**Precio:** 17,660 COP

**Technic Insight**

**Fecha de observación:** 04/2012

**Ingredientes:** Café.

**Valores nutricionales (base: Porción):** Calorías (25), Grasa Total (1g), Sodio (3mg), Carbohidratos (2g), Proteína (1g), Potasio (10%), Fósforo (1%), Magnesio (2%).

**Envase:** Doypack resellable. Peso total: 283 g.

### **Mayonesa Receta Casera**



**Carácter innovador:** Mayonesa Baja en grasa con Hierbas y especias (Receta Casera).

**Eje(s) / Tendencia(s) XTC**

Forma: Cuidado de la línea

Placer: Sofisticación

Placer: Variedad Sensorial

**Market Insight**

**Fabricante:** Unilever

**País:** Colombia

**Descripción del producto:** Mayonesa Baja en grasa con Hierbas y especias (Receta Casera). En doypack con tapa rosca. También receta sabor a tocineta.

**Categoría:** Abarrotes / Salsa y condimentos / Mayonesa

**Sabor:** Tocineta, finas hierbas.

**Precio:** 3,250 COP

**Technic Insight**

**Fecha de observación:** 04/2012

**Envase:** Doy-pack con tapa rosca. Peso total: 180 g.

**Ingredientes:** Agua, Aceite vegetal refinado (Soya), Azúcar, Almidón modificado de maíz,

huevos, hierbas, especias y condimentos (cebolla, mostaza, pimentón, perejil, ajo, ají, pimienta, aceite de maní), vinagre, sal, jugo de limón, espesantes (Goma Xantan, goma guar), acidulantes (ácido fósfórico, ácido cítrico), Conservante (ácido sórbico), miel de purga, acentuador de sabor (glutamato monosódico), saborizantes idénticos al natural (especias, mantequilla, worcestershire, maple, mostaza, canela, jengibre), proteína vegetal hidrolizada, Secuestrante (EDTA), saborizantes naturales (limón, cebolla, clavo, cilantro, ajo), agente gelificante, colorante natural (color caramelo), colorante idéntico al natural, saborizante artificial (lima), antiespumante.

**Valores nutricionales (base: Porción):** Calorías (30), Grasa Total (2.5g), Grasas Sat (0.5g), Grasa Poliinsaturada (1.5g), Grasa Monoinsaturada (0.5g), Grasas Trans (0g) Colesterol (menos de 5mg), Sodio (100mg), Total carbohidratos (2g), Fibra Dietaria (0g), Azúcares (menos de 1g), Proteína (0g).

**Envase:** Doy-pack con tapa rosca. Peso total: 180g.

### Frutto - Alpina



**Carácter innovador:** Alimento con fruta cuchareable. Incluye cuchara.

**Eje(s) / Tendencia(s) XTC**

PRACTICIDAD: Nomadismo

FORMA: Cuidado de la línea

**MARKET Insight**

**Fabricante:** ALPINA

**País:** Colombia

**Descripción del producto:** Puré de manzana cuchareable. Incluye cuchara. Endulzado con

fructosa.

**Categoría:** Productos Frescos / Postres no lácteos

**Precio:** 3,390 COP

### TECHNIC Insight

**Fecha de observación:** 04/2012

**Ingredientes:** Agua, pulpa de manzana, edulcorante natural (fructosa), espesantes, acidulante-regulador de pH, antioxidante, sabor idéntico al natural a manzana.

**Valores nutricionales (base: Porción)**

Calorías (90), Grasa Total (0g), Grasa saturada (0g), Grasa Trans (0g), Colesterol (0mg), Sodio (20mg), Carbohidratos Totales (23g), Fibra dietaria (1g), Azúcares (15g), Proteína (0g), Vitamina C (100%).

**Envase:** Bote individual de plástico y envoltura de cartón. Peso total: 125g por unidad.

### Mini Croutons



**Carácter innovador:** Mini croutons en bote de plástico.

**Eje(s) / Tendencia(s) XTC**

Placer: Sofisticación

Practicidad: Facilidad de Manipulación

**MARKET Insight**

**Fabricante:** Susanita

**País:** Colombia

**Descripción del producto:** Mini croutons en bote de plástico, sabor Mixtos con semillas de girasol y soya, y caesar light.

**Categoría:** Abarrotes / Sal, pimienta, especias / Croutones

**Variedades:** César Light y Mixto con semillas.

**Precio:** 4,990 COP

**Technic Insight**

**Fecha de observación:** 04/2012

**Ingredientes:** Harina de trigo fortificada (contiene Niacina 55mg/Kg, hierro reducido 44mg/Kg, mononitrato de tiamina (Vitamina B1), Riboflavina (Vitamina B2), ácido fólico), salvado de trigo, azúcar, grasa vegetal no hidrogenada (palma), levadura, sal, colorante natural (color caramelo), semillas de girasol, y semillas de soya.

**Valores nutricionales (base: Porción)**

Calorías (30), Grasa total (1g), Sodio (30mg), Carbohidratos Totales (5g), Azúcares (1g), Proteína (1g).

**Envase:** Bote de plástico con tapa rosca. Peso total: 90g.

## Ice Tea Immuny Light



**Carácter innovador:** Mezcla en polvo light de té verde y té blanco con sabor de acerola.

### **Eje(s) / Tendencia(s) XTC**

Placer: Variedad sensorial

Salud: Func. Medicinal

Practicidad: Facilidad de Manipulación

### **Market Insight**

**Fabricante:** Agrícola Himalaya

**País:** Colombia

**Descripción del producto:** Mezcla en polvo light de Té verde y té blanco con sabor de acerola, endulzado con Stevia. En doy pack resellable.

**Categoría:** Bebidas / B.R.S.A. (Bebidas sin alcohol) /

Preparación para bebidas en polvo

**Sabor:** Acerola

**Precio:** 5,990 COP

### **Technic Insight**

**Fecha de observación:** 04/2012

**Ingredientes:** Azúcar (endulzante), ácido cítrico, sabor de acerola natural e idéntico al natural, fosfato tricálcico, color caramelo natural, té verde instantáneo, té blanco instantáneo, extracto de stevia.

### **Valores nutricionales (base: Porción)**

Calorías (60), Grasa Total (0g), Grasa saturada (0g), Grasa Trans (0g), Colesterol (0mg), Sodio (0mg), Carbohidratos Totales (15g), Fibra dietaria (0g), Azúcares (9g), Proteína (0g), Calcio (8%).

**Envase:** Doy-pack resellable. Peso total: 300 g.

## Té Hatsu



**Carácter innovador:** Bebida de té rojo Pu-Erh y frutos rojos.

### **Eje(s) / Tendencia(s) XTC**

Placer: Sofisticación

Placer: Variedad sensorial

### **Market Insight**

**Fabricante:** La Parcela para Triple Corona

**País:** Colombia

**Descripción del producto:** Bebida de Té rojo Pu-Erh y frutos rojos en botella de vidrio con agarre fácil para los dedos. También sabor Té negro con Limonada y Té verde con miel.

**Categoría:** Bebidas / B.R.S.A. (Bebidas sin alcohol) / Té listo para beber

**Variedades:** Té rojo Pu-Erh y Frutos Rojos, Té negro con limonada, Té verde con miel.

**Precio:** 3,340 COP

**Technic insight**

**Fecha de observación:** 04/2012

**Ingredientes:** Azúcar, agua, extracto de té rojo, jugo de cereza y mora, ácido cítrico, sabor natural, vitamina C.

**Valores nutricionales (base: Porción)**

Calorías (60), Grasa (0g), Carbohidrato Total (53g), Sodio (36mg), Fibra dietaria (7g), Fibra insoluble (3g), Fibra soluble (4g), Azúcares (42g), Proteína (0g), Vitamina C (8%), Hierro (4%).

**Envase:** Botella de Vidrio. Volumen total: 400 ml.

## **12. Muestra productos innovadores mundiales por zona geográfica**

### **Asia**

#### **Pear Crisps**



**Carácter innovador:** Botana de pera sin azúcar añadido 100% natural.

**Eje(s) / Tendencia(s) XTC**

Salud: Naturismo

Forma: Cuidado de la línea

**Market Insight**

**Marca:** Premium Farm

**Fabricante:** Tri-River Foods Ltd

**País:** China

**Descripción del producto:** Botana de pera sin azúcar añadido y sin aditivos, en una bolsa pouch.

**Categoría:** Abarrotes / Postres / Frutas secas y semillas



#### Technic Insight

**Fecha de observación:** 10/2011

**Ingredientes (base 100g):** Peras

Valores nutricionales (base: 100ml)

Protidos 3.8 g - lípidos 0.3 g de los cuales saturados 0.1g - glúcidos 75 g - sodio 0.15 g - valor energético 1359 kJ = 271 kcal - fibras 8.5g - azúcar 58.5g

**Envase:** Bolsa de plástico. Peso total: 20g

**Conservación:** en un lugar fresco y seco.

## Australia

### Rafferty's Garden Premium Baby Food



**Carácter innovador:** Papilla natural en una bolsa pouch.

**Eje(s) / Tendencia(s) XTC**

Salud: Naturismo

Practicidad: Facilidad de Manipulación

Practicidad: Nomadismo

**Market Insight**

**Marca:** RAFFERTY'S GARDEN PREMIUM BABY FOOD

**Fabricante:** RAFFERTY'S GARDEN AUSTRALIA LTD

**País:** Australia

**Descripción del producto:** Papilla natural en una bolsa pouch.

Sin sal añadido, azúcar o jugo. Libre de Gluten. Para bebés de 6 meses y más.

**Categoría:** Dietética Infantil / Abarrotería salada

**Sabor:** puré de pollo y chabacano.

**Otras variedades disponibles:** puré de atún, arroz y verduras, y puré cremoso de verduras y pollo.

**Target:** Bebés de 0 a 3 años, consumo Halal.

**Precio:** 1.93 AUD

#### Technic Insight

**Fecha de observación:** 11/2011

**Ingredientes:** agua, papas (18%), zanahoria (13%), arroz (11%), chabacano (9%), pollo (9%), cebolla, aceite de oliva y orégano.

Informaciones nutricionales (base: 100g): Protidos 3.2 g - lípidos 2.3 g de los cuales 0.6 g saturados - glúcidos 15.5 g - sodio 18 mg – valor energético 414 kJ = 99 kcal - azúcares 4.6 g

**Envase:** Bolsa de plástico. Peso total: 120g.

**Conservación:** en un lugar fresco y seco.

## América Latina

Batavo Pense Light - Cha Verde





**Caracter innovador:** Yogurt bajo en grasa con té verde y pulpa de fruta.

**Eje(s) / Tendencia(s) XTC**

Forma: Cuidado de la línea

Placer: Variedad Sensorial

**Market Insight**

**Marca:** Batavo Pense Light

**Fabricante:** BRF - Brasil Foods S.A. - Usina de Beneficiamento

**País:** Brasil

**Descripción del producto:** Yogurt bajo en grasa con té verde y pulpa de fruta (limón), en una botella de 850g. 66% menos de calorías que un yogurt regular. 51 calorías por porción. Sin azúcar añadido. Rico en Vitamina A, C, D y E. Inspeccionado por el

Departamento Brasileño de Agricultura.

**Categoría:** Productos Frescos / Productos Lácteos / Yogurt.

**Variedad:** Cha Verde

**Sabor:** Té verde de limón

**Precio:** 5.15 BRL

**Technic Insight**

**Fecha de observación:** 02/2011

**Ingredientes:** Leche descremada, Leche descremada reconstituida, preparación de tpe verde y limón (agua, pulpa (limón), té verde en polvo, vitaminas, sabores (té verde y limón), endulzante artificial (sodio cyclamato, aspartame), espesante (goma guar), preservativo (potasio sorbato), color natural (clorofila), estabilizante (pectina), cultivos lácteos.

**Valores nutricionales (base: Porción)**

Protidos 5.5 g - glúcidos 7.2 g - sodio 88 mg - valor energético 51 kcal = 214 kJ – calcio 212 mg - azucares 7.2 g - vitamina A 360 mcg - vitamina C 27 mg - vitamina D 3 mcg - vitamina E 6 mg.

**Envase:** Botella de plástico. Peso total: 850g.

**Conservación:** entre 0° y +4°C.

**Elma Chips Sensacoes Ao Forno**



**Carácter innovador:** Papas al horno saborizadas en una bolsa sofisticada.

**Eje(s) / Tendencia(s) XTC**

Placer: Sofisticación

Forma: Cuidado de la línea

Placer: Variedad Sensorial

**Market Insight**

**Marca:** Elma Chips Sensacoes Ao Forno

**Fabricante:** Pepsico Do Brasil Ltda

**País:** Brasil

**Descripción del producto:** Papas al horno saborizadas con provolone y hierbas en una bolsa sofisticada. Con un toque de aceite de oliva. 25% menos calorías que con papas regulares.

**Categoría:** Abarrotes / Productos aperitivos / Papas.

**Variedad:** Provolone Com Ervas

**Otras variedades:** Carne asada.

**Precio:** 2.69 BRL

## TECHNIC Insight

**Fecha de observación:** 11/2011

**Ingredientes:** laminillas de papas, almidón de maíz, harina integral enriquecida (hierro, ácido fólico), harina de arroz, aceite de maíz, azúcar, sabor queso (sal, clorido de potasio, harina de arroz, lino en polvo, queso, queso parmesano, extracto de levadura, maltodextrina de papa, especias (orégano, perejil), intensificadores de sabor (monosodio glutamato, disodio inosinate), sabores, reguladores de acidez (ácido cítrico, disodio de fosfato), anti humectante (dióxido de silicón), emulsificante (lecitina de soya), culturas químicas (monocalcio de fosfato, bicarbonato de sodio).

**Valores nutricionales (base: Porción):** Protidos 1.6 g - lípidos 2.4 g de los cuales 0.5 g saturados - glúcidos 18 g - sodio 145 mg – valor energético 102 kcal = 427 kJ - fibras 1.3g - potasio 151 mg

**Envase:** Bolsa de aluminio. Peso total: 45g

**Conservación:** en un lugar fresco y seco.

## Estados Unidos

Happy Morning - Super Banana



**Carácter innovador:** Smoothie con superfrutas y semillas de salvia para el desayuno.

**Eje(s) / Tendencia(s) XTC**

Salud: Func. Medicinal

Salud: Naturismo

Ética: Ecología

### Market Insight

**Marca:** Happy Morning

**Fabricante:** Nurture Inc.

**País:** Estados Unidos

**Descripción del producto:** Smoothie orgánico con superfrutas y semillas de salvia para el desayuno. Rico en omega 3, proteínas y antioxidantes. No contiene materia grasa, soya, trigo o gluten. En un doy-pack para llevar.

**Categoría:** Bebidas / BRSA / Jugos y Néctares

**Variedad:** Super Banana

**Sabor:** plátano, mangostán, semillas de salvia.

**Momento de consumo:** Desayuno.

**Precio:** 1.99 USD

[Technic Insight](#)

**Fecha de observación:** 09/2011

**Ingredientes:** manzana, plátano, agua, mangostán, suero de proteína concentrado, yogurt (sólidos de leche sin grasa, ácido láctico, cultivos, sabor natural), salvia (semilla de chia), quinua, ácido málico, sabor natural (mangostán), pectina, ácido ascórbico (vitamina C).

**Valores nutricionales (base: Porción):** Proteínas 6 g - lípidos 1 g - glúcidos 16 g - sodio 25 mg - valor energético 100 kcal - fibras 2 g - azúcares 13 g - potasio 135 mg - colesterol 10 mg

**Envase:** Bolsa de plástico. Peso total: 120g.

**Conservación:** en un lugar fresco y seco.

## Haagen Dazs Five - Lemon



**Carácter innovador:** Helado con 5 ingredientes.

**Eje(s) / Tendencia(s) XTC**

Salud: Naturismo

Ética: Solidaridad

Forma: Cuidado de la línea

[Market Insight](#)

**Marca:** Haagen Dazs Five

**Distribuidor:** Dreyer's Grand Ice Cream, INC.

**País:** Estados Unidos

**Descripción del producto:** Helado de limón hecho con 5 ingredientes: leche, crema, azúcar, huevos, limón. 100% natural. Bajo en grasa (37% menos que otro helado Premium de haagen dazs). En un bote.

**Categoría:** Productos congelados / Helados / Helados a granel

**Variedad:** Lemon

**Otras variedades:** maracuyá, vainilla, menta, chocolate de leche, jengibre, azúcar moreno y café.

**Precio:** 4.99 USD

[Technic Insight](#)

**Fecha de observación:** 03/2011

**Ingredientes:** leche descremada, crema, azúcar, limón (jugo de limón concentrado, cáscara de limón, aceite de limón), yema de huevo.

**Valores nutricionales (base: Porción):** Protidos 5 g - lípidos 10 g de los cuales 6 g saturados - glúcidos 26 g - sodio 50 mg – valor energético 210 kcal - azúcares 24 g - colesterol 60 mg

**Envase:** Cartón. Volumen total: 414ml

**Conservación:** -18°C.

## Canadá

### Molino Soncini Cesare - Pesto



**Carácter innovador:** Harina suave de trigo con verduras.

**Eje(s) / Tendencia(s) XTC**

Placer: Variedad Sensorial

[Market Insight](#)

**Marca:** Molino Soncini Cesare

**Distribuidor:** Molino Soncini Cesare SRL.

**País:** Canadá

**Descripción del producto:** Harina suave de trigo con pesto.  
En una bolsa de 1kg.

**Categoría:** Abarrotes / Féculas, pastas y arroces / Féculas

**Variedad:** Pesto

**Otras variedades:** aceitunas, jitomate, cebolla.

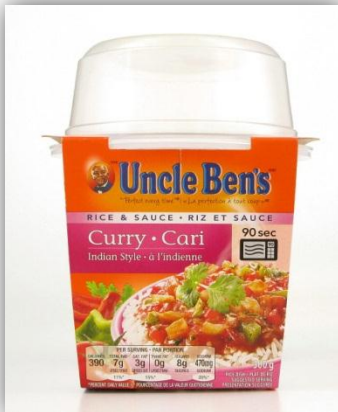
[Technic Insight](#)

**Fecha de observación:** 08/2011

**Envase:** Bolsa de papel. Peso total: 1Kg

**Conservación:** en un lugar fresco y seco.

### Uncle Ben's Heiss Auf Reis / Rice & Sauce Curry



**Carácter innovador:** Arroz para microondas, con una salsa exótica en la tapa.

**Eje(s) / Tendencia(s) XTC**

Practicidad: Ahorro de tiempo

Practicidad: Facilidad de Manipulación

Placer: Exotismo

Salud: Naturismo

[Market Insight](#)

**Marca:** Uncle Ben's Heiss Auf Reis / Rice & Sauce

**Fabricante:** Mars Canada INC.

**País:** Canadá

**Descripción del producto:** Arroz al estilo indú con curry  
para microondas, con una salsa exótica en la tapa. Sin

colores o sabores artificiales, sin preservativos. Empacado en un ambiente protegido.

Adecuado para vegetarianos. Listo en 90 segundos.

**Categoría:** Abarrotes / Platos preparados / Otros

**Variedad:** Curry.

**Otras variedades:** Curry amarillo, terriaky, chile, agri dulce, curry.

**Target:** Una persona

**Precio:** 3.49 CAD

### Technic Insight

**Fecha de observación:** 08/2011

**Ingredientes:** agua, arroz, jitomates, cebollas, pimiento morón rojo y verde, aceite de girasol, concentrado de jitomate, coco, azúcar, almidón de maíz modificado, especias, ajo, jugo de limón concentrado, cilantro, sal.

**Valores nutricionales (base: Porción):** Protidos 6 g - lípidos 7 g de los cuales 3 g saturados - glúcidos 74 g - sodio 470 mg – valor energético 390 kcal - fibras 4 g - azúcares 8 g - colesterol 5 mg

**Envase:** Plástico para el paquete de 2. Envoltura de cartón.

**Conservación:** en un lugar fresco y seco.

## Europa

### Jamie Oliver Grow Your Own



**Carácter innovador:** Verduras para cultivar.

**Eje(s) / Tendencia(s) XTC**

**Practicidad:** Facilidad de Manipulación

**Placer:** Sofisticación

**Market Insight**

**Marca:** Jamie Oliver Grow Your Own

**Fabricante:** Gasa Group

**País:** Dinamarca

**Descripción del producto:** Verduras para cultivar. Caja con semillas, una maceta, y un recetario para utilizar la verdura.

**Categoría:** Productos frescos / Frutas y Verduras / Otros

**Variedad:** Champiñones

### Technic Insight

**Fecha de observación:** 03/2011

**Envase:** Caja de cartón.

**Conservación:** entre 0° y +4°C

## Heston From Waitrose – Mustard Savoury Ice Cream



**Carácter innovador:** Helados con sabores originales.

**Eje(s) / Tendencia(s) XTC**

Placer: Variedad Sensorial

Placer: Sofisticación

[Market Insight](#)

**Marca:** Heston from Waitrose

**Distribuidor:** Waitrose Limited

**País:** Reino Unido

**Descripción del producto:** Helados con sabores originales: a la mostaza de Pommery Meaux, para servir con sopas frías, carnes frías o ensalada. En un bote de 300ml.

**Categoría:** Productos congelados / Helados

**Variedad:** Mustard Savoury Ice Cream

**Otras variedades:** Romero chocolate

**Precio:** 2.79 GBP

[Technic Insight](#)

**Fecha de observación:** 11/2011

**Ingredientes:** leche, crema batida, mostaza: 8% (agua, semillas de mostaza, vinagre de alcohol, sal, especias), dextrosa de trigo, leche descremada en polvo, azúcar demerera, huevos al aire libre pasteurizados, sal.

**Valores nutricionales (base: 100g):** Protidos 3.3 g - lípidos 10.7 g de los cuales 6.6g saturados – sodio 0.21g - valor energético 629 kcal = 151 kcal – fibras 0.4g – azúcares 9.4g.

**Envase:** Bote de plástico. Volumen total: 300ml.

**Conservación:** -18°C.

## **13. Conclusiones y Oportunidades**

### **CONCLUSIONES**

- La industria alimenticia Colombiana responde cada vez más fuertemente con una oferta sofisticada de alimentos
- Aunque el cuidado de la línea sigue estando en los primeros lugares, se observa una caída importante respecto a la última medición
- Las categorías más innovadoras en Colombia en orden son aperitivos, bebidas sin alcohol y lácteos

### **OPORTUNIDADES**

- Colombia, Asia y Canadá cuentan con similitudes en sus tendencias, lo cual presenta una oportunidad para la oferta que actualmente existe en estos mercados
- En Europa aunque la variedad sensorial y sofisticación juegan un papel importante, sigue tomando importancia la facilidad en la manipulación de alimentos.
- En la oferta saludable existente las intolerancias cobran importancia como punto de partida del posicionamiento de alimentos que ayudan
- Inspiración en otras categorías para la creación de nuevos productos
- El consumidor ante la crisis económica busca recrear en su hogar la experiencia de salir a comer en un restaurante, por lo cual la sofisticación e innovación en alimentos que satisfagan esta necesidad es importante
- Por ejemplo el Comidas listas el consumidor espera encontrar alimentos sofisticados y con variedad sensorial. El ahorro de tiempo y facilidad de manipulación es un básico de producto en esta clase de alimentos, por lo cual el consumidor espera ser sorprendido de otras formas